



Digitale Wissenschaft

Stand und Entwicklung digital vernetzter Forschung in Deutschland

Digitale Wissenschaft

Stand und Entwicklung digital vernetzter Forschung in Deutschland

20./21. September 2010, Köln

Beiträge der Tagung

2., ergänzte Fassung

Herausgegeben von Silke Schomburg, Claus Leggewie, Henning Lobin und Cornelius Puschmann

2011, Köln



www.digitalewissenschaft.de



Dieser Band steht unter der Creative-Commons-Lizenz „Namensnennung“ (by), d. h. er kann bei Namensnennung des/der Autors/in und Nennung der Herausgeber zu beliebigen Zwecken vervielfältigt, verbreitet und öffentlich wiedergegeben (z. B. online gestellt) werden. Zudem können Abwandlungen und Bearbeitungen des Textes angefertigt werden. Der Lizenztext kann abgerufen werden unter: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/>.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	
Silke Schomburg.....	5
Digital Humanities.....	11
Die Digitalisierung des Verstehens	
Hanno Birken-Bertsch.....	13
Geschichte schreiben im digitalen Zeitalter	
Peter Haber	21
Semantic Web Techniken im explorativ geisteswissenschaftlichen Forschungskontext	
Niels-Oliver Walkowski	27
Die Anwendung von Ontologien zur Wissensrepräsentation und -kommunikation im Bereich des kulturellen Erbes	
Georg Hohmann.....	33
Der Leipziger Professorenkatalog. Ein Anwendungsbeispiel für kollaboratives Strukturieren von Daten und zeitnahes Publizieren von Ergebnissen basierend auf Technologien des Semantic Web und einer agilen Methode des Wissensmanagements	
Christian Augustin, Ulf Morgenstern & Thomas Riechert	41
Ein interaktiver Multitouch-Tisch als multimediale Arbeitsumgebung	
Karin Herrmann, Max Möllers, Moritz Wittenhagen & Stephan Deininghaus	45
Digitale Geisteswissenschaften: Studieren!	
Patrick Sahle	51
Wissenschaftskommunikation und Web 2.0.....	57
Social Network Sites in der Wissenschaft	
Michael Nentwich	59
Von der Schulbank in die Wissenschaft. Einsatz der Virtuellen Arbeits- und Forschungsumgebung von Edumeres.net in der internationalen Bildungsmedienforschung	
Sylvia Brink, Christian Frey, Andreas L. Fuchs, Roderich Henry, Kathleen Reiß & Robert Strötgen	67
Typisierung intertextueller Referenzen in RDF	
Adrian Pohl.....	71
Twitteranalyse zwischen Selbstreflexion und Forschung	
Matthias Rohs, Thomas Bernhardt	83
Social Software in Forschung und Lehre: Drei Studien zum Einsatz von Web 2.0 Diensten	
Katrin Weller, Ramona Dornstädter, Raimonds Freimanis, Raphael N. Klein & Meredith Perez	89

E-Science und Forschungsdatenmanagement.....	99
Die Bibliothek als Dienstleister für den Umgang mit Forschungsdaten Johanna Vompras, Jochen Schirrwagen & Wolfram Horstmann	101
Bibliotheken und Bibliothekare im Forschungsdatenmanagement Stefanie Rümpel & Stephan Büttner.....	107
Usability-Probleme bei der Nutzung bibliothekarischer Webangebote und ihre Ursachen Malgorzata Dynkowska.....	115
E-Science-Interfaces – ein Forschungsentwurf Sonja Palfner	123
An der Schwelle zum Vierten Paradigma – Datenmanagement in der Klimaplattform Lars Müller	131
dajra – Ein Service der GESIS für die Zitation sozialwissenschaftlicher Daten Brigitte Hausstein & Wolfgang Zenk-Möltgen	139
Elektronisches Laborbuch: Beweiswerterhaltung und Langzeitarchivierung in der Forschung Jan Potthoff & Sebastian Rieger, Paul C. Johannes, Moaaz Madiesh	149
Das Deutsche Textarchiv: Vom historischen Korpus zum aktiven Archiv Alexander Geyken, Susanne Haaf, Bryan Jurish, Matthias Schulz, Jakob Steinmann, Christian Thomas & Frank Wiegand	157
Digitale Medienarchivierung und Lieddokumentation in Verbundsystemen Gangolf-T. Dachnowsky	163
Neue Forschungsfelder im Netz. Erhebung, Archivierung und Analyse von Online-Diskursen als digitale Daten Olga Galanova & Vivien Sommer	169
Elektronisches Publizieren und Open Access	179
Open Access – Von der Zugänglichkeit zur Nachnutzung Heinz Pampel.....	181
Open Access und die Konfiguration der Publikationslandschaften Silke Bellanger, Dirk Verdicchio.....	187
Kommunikation und Publikation in der digitalen Wissenschaft: Die Urheberrechtsplattform IUWIS Elena Di Rosa, Valentina Djordjevic & Michaela Voigt	195
Die „European Psychology Publication Platform“ zur Steigerung von Sichtbarkeit und Qualität europäischer psychologischer Forschung Isabel Nündel, Erich Weichselgartner & Günter Krampen.....	201
Digitale Publikationen in Osteuropawissenschaften. Digitale Reihe hervorragender Abschlussarbeiten des Projektes OstDok Arpine A. Maniero.....	207
Rezensieren im Zeitalter des Web 2.0: recensio.net – Rezensionsplattform für die europäische Geschichtswissenschaft	215
Lilian Landes	
RIHA Journal: Ein Beispiel für eine internationale Open Access-Zeitschrift für Kunstgeschichte Ruth von dem Bussche-Hünnefeld, Regina Wenninger	221
Persönliche Publikationslisten im WWW – Webometrische Aspekte wissenschaftlicher Selbstdarstellung am Beispiel der Universität Bielefeld Najko Jahn, Mathias Lösch und Wolfram Horstmann	227

Open Access und die Konfiguration der Publikationslandschaften

Silke Bellanger

Zentral- und Hochschulbibliothek Luzern
Sempacherstr. 10
CH-6002 Luzern
silke.bellanger@zhbluzern.ch

Dirk Verdicchio

Institut für Soziologie, Universität Basel
Petersgraben 27
CH-4051 Basel
verdicchio@gmx.net

Zusammenfassung

Der Aufsatz geht von der Beobachtung aus, dass in den Geistes- und Sozialwissenschaften Closed Access als selbstverständliche Publikationsform gilt, Open Access dagegen als eher exotisch angesehen wird. Da das Prinzip des Closed Access den wissenschaftlichen Ansprüchen von Offenheit und Zugänglichkeit entgegen steht, ist der Eindruck der Selbstverständlichkeit von Open Access erklärungsbedürftig. Um die Herstellung dieser Selbstverständlichkeit nachzeichnen zu können, schlagen wir eine Perspektive auf das Feld wissenschaftlicher Publikationen vor, die mit Hilfe der Akteur-Netzwerk-Theorie, die Mittel und Praktiken in den Blick nimmt, mit denen Publikationen in Waren transformiert und deren Qualifizierung routinisiert werden. Eine solche Perspektive hat den Vorteil, dass sie auf Wert- und Moraledebatten verzichtet und stattdessen das Augenmerk auf die alltägliche Praxis von Autoren, Verlagen und Bibliotheken richtet.

Einleitung

Für die wissenschaftliche Praxis scheint Open Access nur Vorteile zu bringen. Open Access-Werke sind mit einem normalen Internetzugang von überall her zugänglich. Die Notwendigkeit auf Zeitschriften über bestimmte IP-Adressen zuzugreifen entfällt ebenso wie die Kosten und die Wartezeiten bei Artikelbeschaffungen. Darüber hinaus, so zeigen einige Studien, scheinen Open Access-Publikationen die Sichtbarkeit von Artikeln und die Anzahl der Zitationen eher zu erhöhen (siehe z. B. Antelmann, 2004). Dennoch sind Open Access-Publikationen in weiten Teilen der Geistes- und Sozialwissenschaften eine eher seltene Publikationsform, während Closed Access für viele Forschende die naheliegende Option für die eigenen Veröffentlichungen zu bleiben scheint (Koch, Mey, & Mruck, 2009). Diese Selbstverständlichkeit von Closed Access ist bemerkenswert, wird hier doch das Ideal einer allgemeinen Zugänglichkeit wissenschaftlichen Wissens durch dessen Verknappung und die Informationsdienstleistung von Bibliotheken durch Warenerwerb ersetzt.

Wir möchten in unserem Beitrag der Frage nachgehen, wie diese Selbstverständlichkeit des Closed Access (im Folgenden mit CA abgekürzt) perpetuiert wird. Wir schlagen dazu vor, Ansätze aus der Wirtschafts- und Wissenschaftssoziologie mit Erfahrungen aus der bibliothekarischen Praxis zu kombinieren. Dies geschieht in zwei Schritten. In einem ersten Schritt werden wir mit Hilfe der Systemtheorie eine Spannung beschreiben, die das Feld wissenschaftlicher Publikationen durchzieht. Diese Spannung entsteht dadurch, dass bei CA-Publikationen zwei Universalitätsansprüche aufeinander treffen: derjenige der Wissenschaft und derjenige der Wirtschaft. In einem zweiten Schritt werden wir dann in Anlehnung an die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) eine Perspektive vorschlagen, die auf die Mittel und Praktiken aufmerksam macht, die zu einer Fraglosigkeit von CA-Publikationen führen und den Widerspruch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zum Verschwinden bringen.

Da eine vollständige Analyse des Feldes wissenschaftlicher Publikationen den Rahmen dieses Artikels sprengen würde, werden wir uns darauf beschränken, die theoretische Rahmung und die Argumentation eines solchen Vorgehens aufzuzeigen und einige Elemente sichtbar zu machen, die in eine solche Analyse einfließen würden. Dennoch hoffen wir, dass wir damit den Kontroversen über Open Access (OA) eine neue Sichtweise hinzufügen können. Diese würde sich dann dadurch auszeichnen, dass sie die Aufmerksamkeit von den prinzipiellen Diskussionen über Wissenschaftsideale und die Machbarkeit neuer Publikationsformen auf die Praktiken lenkt, die das Feld der wissenschaftlichen Publikationen in seiner gegenwärtigen Gestalt konstituieren.

CA zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Folgt man Rudolf Stichweh (2005) stellt die Universalität eines der wichtigsten Motive der Selbstbeschreibung der Wissenschaft dar. Diese Universalität weist mehrere Dimensionen auf. Eine zentrale Dimension ist die räumliche und zeitliche Unabhängigkeit wissenschaftlicher Wahrheiten, so dass weder der Ort noch das Alter eine als Wahrheit anerkannte Aussage zu beeinflussen vermag. Zudem weist die Universalität der Wissenschaft eine thematische Dimension auf. Diese bedingt, dass die Wissenschaft keine Sachverhalte akzeptiert, die sich ihrem Wahrheitsanspruch zu entziehen vermögen. Für den hier gegebenen Zusammenhang ist jedoch vor allem der Anspruch auf soziale Universalität von Bedeutung. Soziale Universalität besagt, dass sich niemand dem Wahrheitsanspruch der Wissenschaft entziehen kann. D. h., dass eine wissenschaftliche Wahrheit für alle Menschen wahr sein soll. Daher macht es in einer wissenschaftlichen Kommunikation auch keinen Sinn, eine wissenschaftliche Wahrheit anzuerkennen und zugleich auf eine alternative persönliche Wahrheit zu bestehen. Gerade für diesen Anspruch auf soziale Universalität ist die Offenheit von wissenschaftlichem Wissen essentiell: Dieses Wissen soll nicht geheim, sondern für jedermann und jedefrau zugänglich sein, denn nur so ist es möglich den Anspruch auf soziale Universalität aufrecht zu erhalten. Rudolf Stichweh (2003) schreibt dazu:

„If science can claim universality, especially social universality in the sense of presupposing validity of its truth claims for any individual whosoever in the world, then it follows with a certain consequence that access to these universal truths should not be denied to any one of those individuals for whom these truths are supposed to be valid on the first hand. And if

openness is the only standard acceptable in dealing with scientific knowledge then again this openness should be realized for a public of maximum social extension.“ (p. 212)

Der Anspruch einer allgemeinen Verfügbarkeit wissenschaftlichen Wissen wird vom Prinzip des CA konterkariert, indem es den Zugriff darauf beschränkt. Die Regulierung des Zugriffs auf wissenschaftliches Wissen durch Bezahlung führt ein ökonomisches Kalkül in die Zugänglichkeit dieses Wissens ein. Als Funktionssystem beansprucht zwar auch die Wirtschaft einen Universalismus, doch ist dieser an eine entsprechende Zahlungsfähigkeit geknüpft (Luhmann, 1999). Die Spannung, die dabei entsteht, ist ein Ergebnis zweier systemspezifischer Operationen: Wo die Wissenschaft Wahrheiten produziert, produziert die Wirtschaft Knappheit. Dieser Widerspruch zwischen Offenheit und Verknappung ist es, der uns hier interessiert, denn es ist erstaunlich, dass die Wissenschaft eine Praxis akzeptiert und darüber hinaus zu einem Standard macht, die dem grundlegenden Selbstverständnis entgegen steht. Unsere Ausführungen beruhen auf der These, dass diese Akzeptanz auf einer Form der Arbeitsteilung zwischen Forschenden und Bibliotheken beruht.

Konfiguration des Publikationsmarktes

Daher wollen wir einige Investitionen aufzeigen, die das Konzept des Closed Access von einem Widerspruch in eine Selbstverständlichkeit verwandeln. Mit Hilfe der Akteur-Netzwerk-Theorie lassen sich diejenigen Elemente beschreiben, die das Feld wissenschaftlicher Publikationen so konfigurieren, dass daraus eine privilegierte Position für CA-Inhalte erwächst.

Der Prozess der Kommodifizierung

Die Verwandlung von wissenschaftlichem Wissen in eine Ware beruht auf Prozessen, bei denen Objekte und Akteure definiert und stabilisiert werden. Denn, so Michel Callon (2006), „[m]an wird nicht als Ware geboren, man wird dazu“ gemacht (p. 553). Diese Prozesse, die dafür verantwortlich sind, dass sowohl ein ökonomisches Gut als auch ein Markt entstehen können, werden in der ANT „Rahmung“ und „Singularisierung“ genannt. Die Operation der Rahmung besteht darin, distinkte Entitäten zu schaffen, die voneinander unabhängig und miteinander unverbunden sind und dabei diejenigen Elemente, die nicht in Betracht gezogen werden (sollen), außen vor zu lassen. Ein einfaches Beispiel für die Rahmung einer Markttransaktion sieht Callon beim Tausch von Eigentumsrechten an einem Auto: Dabei identifiziert er drei unabhängige und unterscheidbare Komponenten: den Käufer, den Produzent/Verkäufer und das Auto. Die Unabhängigkeit von Verkäufer und Käufer ist in diesem einfachen Beispiel evident und bereitet keine Probleme. Anders ist das jedoch bei dem Automobil. Indem dieses den Besitzer wechselt, wird auch das Wissen und die Technologie des Herstellers weitergegeben. Das macht es notwendig, dass es dekontextualisiert und jede Bindung zu seinem Ursprung gekappt wird. Erst dadurch kann es als ein ökonomisches Gut angesehen und behandelt werden (Callon, 1998, p. 16ff.).

Man sieht sofort, dass die Identifikation der relevanten Komponenten bei wissenschaftlichen Publikationen nicht ganz so einfach ist. Dies bereits schon dadurch, dass Produzent und Verkäufer von wissenschaftlichen Artikeln nicht identisch sind. Unserer Meinung nach müsste man, wenn man die einzelnen Komponenten einer Markttransaktion von wissen-

schaftlichen Artikeln identifizieren möchte, mindestens zwischen dem Produkt (dem Artikel), dem Produzent (dem Forscher), dem Verkäufer (dem Verlag) und dem Käufer (entweder einer Bibliothek oder einem Forscher) unterscheiden. Die notwendige Dekontextualisierung wird dadurch erreicht, dass wissenschaftliche Artikel in der Regel aus dem laufenden Forschungskontext herausgelöst und als eigenständige Publikationen betrachtet werden. Die Angaben, mit denen man dann einen Artikel identifiziert, sind der Name des Autors, das Jahr der Veröffentlichung und der Name der Zeitschrift – aber nicht die Universität, an der die betreffende Forschung stattfand und auch nicht der Name der Organisation, die die Forschung finanzierte. Hinzu kommt das Layout, das in Form eines Corporate Designs einen Artikel als den einer bestimmten Zeitschrift und eines bestimmten Verlags kennzeichnet und damit als ein Produkt dieser Zeitschrift ausweist.

Zu den sozialen, technischen, rechtlichen und ökonomischen Investitionen, die aus einem schriftlichen Bericht ein singuläres Gut entstehen lassen, gehören aber noch weitere Faktoren: Der Forschungsprozess und die Arbeit verschiedener Akteure verschwinden in dem Produkt Zeitschriftenartikel, Autoren treten Rechte ab, Herausgeber etablieren mit Begutachtungsverfahren Auswahlkriterien für Artikel und koppeln Zeitschriften an wissenschaftliche Kulturen, Kommunikationskonventionen und die professionellen Berufsverläufe. Zugleich unternehmen Verlage Anstrengungen, die dafür Sorge tragen sollen, dass eine Zeitschrift als ein Gut wahrgenommen und für die anvisierten Käufer (Bibliotheken und Forschungseinrichtungen) interessant wird. Dazu gehören Kauf-, Abonnement- und Lizenzbedingungen, gedruckte und elektronische Verfügbarkeit von Publikationen, Zugänglichmachung im Rahmen von Medienpaketen, Referenzierungen in Datenbanken und anderen intermediären Beratungs- und Suchinstrumenten.

Qualifizierungen und Bindungen

Mit den Begriffen ‚Qualifizierung‘ und ‚Bindung‘ möchten wir nun in einem weiteren Schritt deutlich machen, wie das gerahmte Produkt, der wissenschaftliche Artikel, in den Forschungsprozess reintegriert wird. Die Qualifizierung von Produkten spielt bei der Bindung von Produkten an Käufer bzw. Konsumenten eine entscheidende Rolle. Denn die etwas magisch wirkende Abstimmung von Angebot und Nachfrage vollzieht sich aufgrund der doppelten Bewegung von Singularisierung und Vergleichbarkeit von Produkten, die zu einer Hinwendung von Konsumenten zu einem Produkt und einer Bindung zwischen Produkt und Käufer führen (Callon & Muniesa, 2007).

In der Qualifizierung vollzieht sich der Prozess der Differenzierung und des Vergleichs von ähnlichen und doch verschiedenen Produkten. Mittels Unterscheidungskriterien für Qualität werden verschiedene Güter in Relation zu einander gestellt. Qualität und die Kriterien, an denen sie festgemacht wird, sind aus der Perspektive der ANT keine intrinsischen Eigenschaften von Produkten, sondern sie sind Ergebnisse von Beurteilungs-, Bewertungs- und Messverfahren (Callon, Méadel, & Rabeharisoa, 2002). Für wissenschaftliche Publikationen bedeutet dies, dass diese erst durch die Tätigkeit von Gutachtern und Qualitätszuschreibungen, wie bspw. ‚Peer Reviewed Article‘, eine erkennbare und unterscheidbare Qualität erhalten, die sie für die wissenschaftliche Leserschaft mit anderen Artikeln vergleichbar macht.

Die Bindung von Kunden an bestimmte Güter beschreibt die ANT als eine Folge von qualifizierenden Kalkulationen seitens der Konsumenten. Der Vergleich und die Differenzierung von Produkten werden mit den Effekten einer Produktwahl abgeglichen. Callon, Méadel und Rabeharisoa (2002) sprechen in diesem Zusammenhang von zwei prinzipiellen Modalitäten: Zum einen gibt es Kalkulationen, die aufgrund einer expliziten Bewertung bzw. Neubewertung von Gütern eine bestimmte Produktwahl hervorbringen. Zum anderen vollziehen sich Bewertungsprozesse auf der Basis vertrauter und unhinterfragter Bewertungskriterien, die eine routinemäßige Auswahl und Nutzung von Gütern bewirken. Das Design von Produkten, die Werbung, besondere Verkaufsangebote oder aber die Positionierung von Waren in Geschäften sind Praktiken, mittels derer die Störung und die Unterbrechung einer routinisierten Bewertung und Produktwahl erfolgen und eine Neubewertung zugunsten anderer Produkte möglich werden soll. So zeigen Méadel und Rabeharisoa (2002) in ihrer Studie zur Bewertung/Neubewertung von Lebensmitteln, wie die veränderte Gestaltung von Orangensaftpackungen, auf denen z. B. bekannte Comicfiguren zu sehen sind, die Kauf-routinen von Eltern und Kindern aufbrechen und eine neue Bewertung von Produkten veranlassen können.

Bezieht man diese Überlegungen zur Qualifikation von Gütern und zur Bindung von Kunden auf den Publikationsmarkt, wird deutlich, dass Bibliotheken und Forschende auf verschiedene Art und Weise Publikationen qualifizieren und auswählen. Sie werden als verschiedene Agenten auf dem Markt aktiv: Bibliotheken bewerten Publikationen in der Regel als Käufer und Forschende nutzen sie als Konsumenten.

Bibliotheken als Käufer

Bibliotheken agieren als Käufer und changieren beim Erwerb zwischen qualifizierender Kalkulation und Routine: Kosten und Nutzen eines Medienerwerbs werden abgewogen, unterschiedliche Angebote von Verlagen evaluiert und kombiniert, Zeitschriften abbestellt oder neu lizenziert. Zugleich erfolgt der Medienerwerb aber auch routiniert auf der Basis etablierter, i. d. R. unhinterfragter Kriterien, wie z. B. dem Verlagsrenomme oder dem Renommee einer Zeitschrift. Denn die Bibliotheken agieren als Käufer und Dienstleister. Mit ihren Dienstleistungen – der Verfügbarmachung von Publikationen – antizipieren sie die Bedürfnisse der Nutzenden und perpetuieren deren Qualifizierungsverfahren. Sie machen Publikationen über Kataloge und Verzeichnisse auf ihren Homepages zugänglich, bieten Hilfestellungen und Empfehlungen bei der Auswahl von Publikationen an und leiten Angebote seitens der Verlage an die Konsumenten (Forschende und Studierende) weiter, um Forschungs- und Lernprozesse zu ermöglichen und zu erleichtern. Als Dienstleister, der seine Angebote genutzt wissen möchte, heben Bibliotheken mit ihren Dienstleistungen strukturell häufig CA-Publikationen prominent hervor.

Forschende als Konsumenten

Konsumenten begegnen Produkten nicht alleine, wie Franck Cochoy (2008) es für Kunden in Supermärkten analysiert hat. Materielle Hilfsmittel begleiten sie ebenso wie Marketing- und Designprozesse. In Supermärkten gehören zu diesen Begleitern das Design und die Verpackung, in Buchläden die Anordnung der Bücher in den Regalen und Auslagen und im Wissenschaftsbetrieb gehören dazu die Internetauftritte von Verlagen oder die Suchinstrumente und Medienpräsentationen von Bibliotheken. Zugleich sind Konsumenten in die kollektiven Evaluierungen ihrer sozialen Netzwerke eingebunden. Forschende sind Teil der wissenschaftlichen Kulturen und deren Konventionen der Mediennutzung und -bewertung. Zudem bieten intermediäre Instanzen – von den Sales-Managern von Verlagen über die wissenschaftlichen Bibliothekare, die IT-Abteilungen und Rechenzentren bis hin zur Graphik – Orientierungen, die die Qualifikationen der Forschenden unterstützen und eine wechselseitige Anpassungen des Guts (Publikation) und des Konsumenten (Wissenschaftler) ermöglichen. Durch das Zusammenspiel dieser Elemente erhalten bereits getroffene Qualifizierungen eine relative Stabilität, die eine routinierte Bewertung fördert. Dagegen kommen bei der Nutzung von Publikationen in der wissenschaftlichen Praxis ökonomische Kriterien der Kalkulation, wie sie die Bibliotheken anlegen müssen, selten zum Tragen.

Mit der Verbindung zwischen Forschenden als Konsumenten und Forschung als Produkt des Publikationsmarktes erfolgt eine erneute Einbindung und Aneignung der Publikationen in den Forschungskontext und -prozess. Die Aneignung von Produkten seitens der Konsumenten nivelliert jedoch nicht die wirtschaftlichen Strukturen der Nutzung oder die Marktförmigkeit von Publikationen. So betonen Callon und Muniesa (2005), dass zwischen der Anpassung der Produkte an Konsumenten und der Einbindung in die Welt des Konsumenten eine Asymmetrie bestehen kann:

„However, irrespective of how strong the consumer's calculative agency that evaluates the attachment of goods to his or her own world may be, it remains weak compared with the calculative power of supply [...].“ (p. 1238)

Schluss

Die eingangs beschriebene Spannung, die sich aus der Differenz von Wissenschaft und Wirtschaft ergibt, wird in Anpassungsprozesse zwischen Publikationen als Gütern und Forschenden als Konsumenten übersetzt. Qualifizierungsprozesse, die zur Auswahl und Nutzung von Publikationen führen, spielen bei der Bindung von Produkt und Konsument eine entscheidende Rolle. Denn Produzenten und intermediäre Dienstleister wie bspw. Bibliotheken antizipieren die Beurteilungsverfahren der Nutzer und schaffen Umgebungen, die eine routinisierte Nutzung von Publikationen fördern.

Die vorgeschlagene Beschreibung bietet mehrere Anschlussstellen für weitergehende Überlegungen. So sollte deutlich geworden sein, dass die Strategien der Rahmung, Singularisierung und Qualifizierung, wie wir sie für CA-Publikationen beschrieben haben, auch für OA-Veröffentlichungen relevant sind. Indem wir das Problemfeld als Markt reformulieren, in dem ein Kollektiv von Akteuren kalkuliert und Qualifikationsweisen stabilisiert werden, lassen sich wesentliche Praktiken, die das Feld wissenschaftlicher Publikationen konstitu-

ieren, differenzieren und beschreiben: So wird deutlich, dass Kalkulationen heterogen sind. Die verschiedenen Marktakteure kalkulieren und qualifizieren auf unterschiedliche Weise – die Bibliotheken, die als Käufer fungieren, wenden andere Kriterien an als Forschende, die die Rolle von Konsumenten einnehmen. Diese differierenden Kalkulationsmodi werden in der vorgeschlagenen Perspektive beobachtbar und einer eingehenden Analyse zugänglich. Für OA-Initiativen ist eine solche Perspektive unserer Ansicht nach insofern von Bedeutung, als dass hier die Widerstände, jenseits von Wert- und Moraldebatten, in ihrer banalen Praxis und Routine fassbar werden.

Literatur

- Antelmann, K. (2004). Do open access articles have a greater resarch impact? *College & Research Libraries News*, 65(5), 372-382.
- Callon, M. (1998). The embeddedness of economic markets. In Callon, M. (Hg.), *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell, 1-57.
- Callon, M (2006). Akteur-Netzwerk-Theorie: Der Markttest. In Belliger, A. & Krieger, D.J. (Hg.), *ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld: transcript, 545-559.
- Callon, M., Méadel, C., & Rabeharisoa, V. (2002). The economy of qualities. *Economy and Society*, 31 (2), 194-217.
- Callon, M., & Muniesa, F. (2005). Economic markets as calculative collective devices. *Organization Studies*, 26 (8), 1229-1250.
- Cochoy, F. (2008). Calculation, qualculation, calqulation: shopping cart arithmetic, equipped cognition and the clustered consumer. *Marketing Theory*, 8 (1), 15-44.
- Koch, L., Mey, G., & Mruck, K. (2009). Erfahrungen mit Open Access – ausgewählte Ergebnisse aus der Befragung zu Nutzen und Nutzung von "Forum Qualitative Forschung / Forum: Qualitative Social Research" (FQS). *Information – Wissenschaft & Praxis*, 60 (5), 291-299. <http://eprints.rclis.org/16860> (Zugriff 06.12.2010).
- Luhmann, N. (1999). *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Stichweh, R. (2003). The multiple publics of science: inclusion and popularization. *Soziale Systeme*, 9 (2), 210-220.
- Stichweh, R. (2005). Die Universalität des wissenschaftlichen Wissens. In Gloy, K. & zur Lippe, R. (Hg.), *Weisheit – Wissen – Information*. Göttingen: V & R unipress, 177-191.